

厂商利益共同体的核心在于“同”



宋书玉

中国酒业协会理事长

当前,中国酒业正处于深度调整与转型的关键阶段。一方面,消费市场进入“三理性时代”,饮酒理性、买什么价格的酒理性、买什么风味的酒理性,消费者追求品质与性价比及风味特色并重;另一方面,产业集中度持续提升,优势产区、名酒企业与品牌成为竞争核心。

回顾历史,我们不难发现,产业的每一次变革与进步,都离不开厂商之间的紧密合作与共同努力。因此,厂商利益共同体的核心在一个“同”字上。

站在全局看中国酒业的发展,厂商命运共同体应该有更深刻的意义:

商业价值与文化价值的和光同尘。真正的命运共同体,不仅仅是在

商业价值中的共担风险、共享利益,更应该是在文化认知上的共享智慧、共同成长,学习和吸收新知识、新观念,塑造更加开放、创新的企业家精神,形成厂商间更加紧密的合作关系、品牌与消费者间更忠诚的信任关系,促进企业在市场竞争中保持领先地位,进而推动整个产业的创新和发展。

企业精神与时代精神的同频共振。这是企业持续发展的重要支撑和保障,一个人敢于“争上游”,他就能在面临挑战和困难时保持乐观的态度,激发个人潜能,不断寻求突破和成长;一个企业敢于“争上游”,就会积极追求卓越,持续改进和创新,在激烈的市场竞争中保持领先地位;一个社会都在“争上游”,就会塑造积极向上的

社会氛围,摒弃“躺平”“啃老”等不思进取之风,推动社会文明的进步。

传统工艺与新兴技术的共融共促。当下,新技术、新理念一日千里,“技术创新与产业升级”“新质生产力培育”近些年来被频繁提及。在创新改革浪潮中,企业依然要坚守匠心精神、追求品质卓越。发挥产区优势,拥抱新技术,融合传统工艺与数字化创新,通过科技驱动、绿色酿造等举措,为白酒产业注入新动能,这其中也包括应用新技术拓展渠道和提升服务。

在这里,有几点建议供大家参考:

以共赢为目标,重塑价值链。白酒产业链中,经销商是连接品牌与消费者的关键纽带。厂商分工基础上的合作加强,是构建产业新生态的必由

之路。唯有打破零和博弈,建立分利共享机制,才能实现产业链的可持续发展。

以消费者为中心,重构价值链。金沙酒业创新提出“全面向C端发力”的营销模式,通过数字化工具赋能渠道,将消费者需求转化为厂商共同行动的方向。从AR互动到年份酒品鉴,其年轻化探索值得肯定。白酒产业的未来,必须从“生产导向”转向“需求导向”,厂商需共同挖掘消费新需求,创造新价值。

以产区为根基,强化生态链。未来,产区建设需进一步与城市经济、文旅体验结合,让“瓶中的酒”与“瓶外的世界”共同赋能品牌价值。此外,借助中国白酒国际化行动,开拓国际市场。

以科技的创新发展赋能酒业基业长青



嵇德芹

茅台集团党委书记、董事长

合成生物学是解码生命规律的关键,更是推动可持续发展、实现绿色跃迁的核心引擎,是传统与未来的“共生密码”。于茅台而言,这项技术承载着双重使命:以科技之力守护千年酿造的基因密码,以创新之智开辟传统产业的未来赛道。

解码自然,以科技守护传承之根。茅台的根基,在于对自然与传统的敬畏。茅台以现代科技为支撑,深入探索传统酿造工艺中的微生物密码,形成了协同、配合、平衡的“时空法”体系。茅台持续探索“黑箱”条件下酿造微生物的多元互作关系,探究酿造微生物体系间的互作平衡与代谢流向,使得茅台酒工艺规范化、科学化和专业化日臻完善。对酿造微生物多

样性的研究和保护,是茅台持续传承和创新的关键所在,茅台坚持以“科技”丈量“传承”的厚度,将自然馈赠转化为永恒品质的科学基石。

绿色智造,以创新赋能产业之基。茅台的未来,在于与自然共生共荣。茅台主动拥抱合成生物学技术,立足微生物资源优势,挖掘菌种资源,开发合成模块,并积极探索产业运用场景;依托IT(信息技术)、BT(生物技术)、FT(食品科技)、MT(材料技术)的“4T”创新体系,将前沿科技深度融入 ESG 战略实践,通过前沿技术突破带动产业链绿色升级,加速自身绿色化转型。

科技创新的价值,在于为人类可持续发展提供解决方案,茅台坚持以

“科技之光”点亮“传统产业”的高质量发展之路,持续探索合成生物学在碳中和、生物基材料等领域的应用,为全球可持续发展贡献“中国酿造”的绿色答案。

开放共生,以担当共绘未来蓝图。茅台始终以开放姿态链接技术、资本与市场,让传统酿造与生物科技在“双螺旋”中共生共荣。茅台积极支持青年合成生物学创新大赛,培育跨学科人才,让传统酿造智慧与前沿生物技术碰撞火花;通过产业基金战略投资合成生物创新企业,探索构建“技术攻关—成果转化—市场应用”全链条生态,实现产业链价值共创。

下一步,如何做好茅台科技创新工作?要重点抓好四个方面的工作:

一是要深化创新体制改革,强化创新“主体”、创新“平台”的联动协同,加强创新能力建设,持续完善科创生态;二是要聚焦关键领域攻关,持续做好生产质量研究,深度赋能产业链绿色化、数字化转型,持续助力未来产业探索,持续赋能茅台品牌发展;三是要建强科技人才队伍,引才、育才要“不拘一格”,激励保障要“全面有力”,进一步激活科技创新活力;四是要健全服务保障机制,重点抓好投入机制、转化机制、宣传机制、全员创新机制和容错机制“五个机制”建设,持续筑牢科技创新基础,为茅台稳定健康可持续发展,不断提升茅台产品市场竞争力和品质竞争力,持续提供科技成果支撑、人才保障和智力支持。

美国关税计划或引发精品葡萄酒动荡



Arabella Mileham

The Drinks Business撰稿人

如果美国总统特朗普兑现其对欧盟葡萄酒征收200%的关税,英国保税仓库中的美国精品葡萄酒可能会变得“更具价值”,尽管对波尔多、香槟和意大利葡萄酒的影响可能更为严重。

在声明发布后,葡萄酒投资管理公司 Vin-X 的首席执行官 James Shakeshaft 在接受采访时表示,已经存放在英国保税仓库中的美国葡萄酒——如 Opus One、Screaming Eagle 和 Scarecrow 等标志性酒款,可能会在二级市场上大幅升值,因为它们将不受欧盟和英国供应商可能面临的关税成本影响。

他补充说,英国保税仓库中存放

了大量这类葡萄酒的老年份酒,这些酒在未来几年可能会成为巨大的投资机会,因为欧盟和英国的供应商可能会寻找来自欧盟和英国境内的 Opus One、Screaming Eagle 和 Scarecrow 等酒款,而不是从美国进口并承担关税。

他还指出,目前还没有提到对澳大利亚葡萄酒的关税,这可能对 Pen-folds Grange 等酒款产生潜在影响,但重要的是要寻求建议,“在整体投资组合中,已经在英国的美国葡萄酒以及任何未被纳入关税谈判的酒款都会升值,我强烈感觉到澳大利亚葡萄酒可能会有所回升。它们之前因亚洲关税

而下滑,但现在中国关税已经取消。”

这一观点与《悉尼先驱晨报(Sydney Morning Herald)》最近的一篇文章相呼应,文章指出,美国占奔富母公司富邑酒业(Treasury Wine Estates)收入的40%,在美国总统宣布关税后,其股价立即上涨了近5%。

然而,Shakeshaft 表示,关税对法国和意大利葡萄酒的连锁反应可能不太有利,他引用了总统在其第一任期内实施的上一轮关税的影响,当时,波尔多是受影响的主要市场之一。

在2019年对法国葡萄酒和烈酒征收25%的关税后,2020年法国对美国的出口下降了14%。与此同时,未受

任何关税影响的意大利葡萄酒和香槟在整个市场上出现了大幅增长。

“我们进行了计算,如果他们真的实施200%的关税,法国葡萄酒在美国市场的销售额可能会减少70%-90%。”Shakeshaft 说,“香槟也会大幅下降,意大利葡萄酒也会有类似的下降,而美国消费者将面临巨大的价格上涨。”

然而,Shakeshaft 认为,计划中的报复性关税最终可能会低于目前讨论的200%水平。他举例指出,特朗普已经在其最初对加拿大和墨西哥征收的关税上作出了让步,最初对这两个国家的所有进口商品征收25%的关税,但后来引入了一些关键的豁免。

(本版文章仅代表作者观点,不代表本报立场。您对以上观点有何见解,欢迎通过新浪微博@华夏酒报进行讨论。)

中国酒业创新
联盟企业展示



雲門醬酒
酱香型白酒国标起草单位之一



山东·青州 | 400-101-8669

